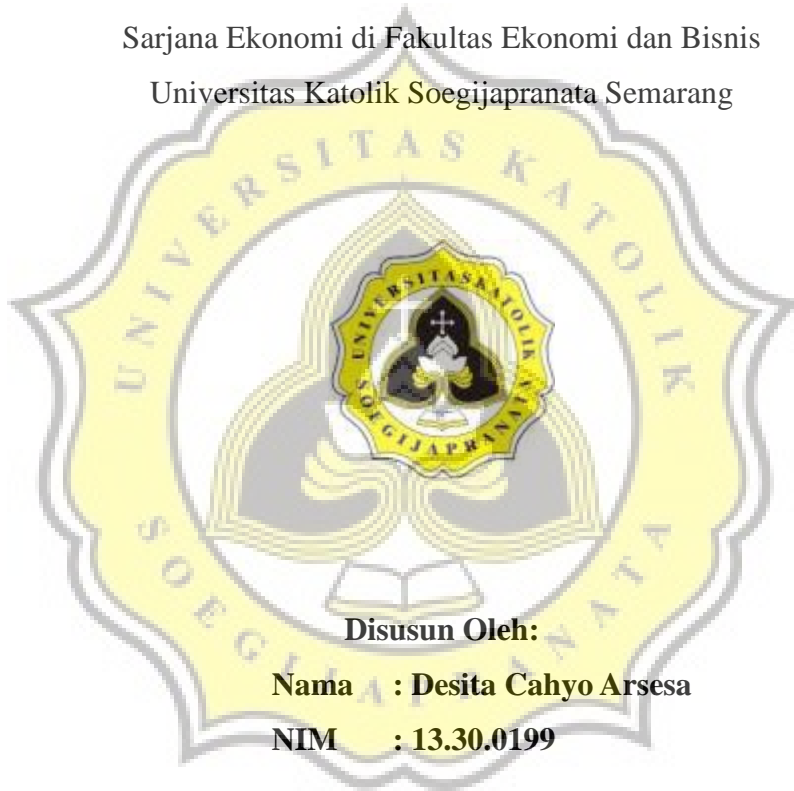


**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *SALES PROMOTION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PAKAIAN PADA WANITA BEKERJA
DI MATAHARI DEPARTMENT STORE PARAGON CITY MALL
SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar
Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun Oleh:

Nama : Desita Cahyo Arsesa

NIM : 13.30.0199

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

Nama : Desita Cahyo Arsesa

NIM : 13.30.0199

Konsentrasi : Pemasaran

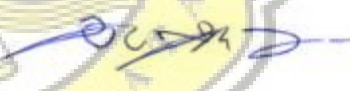
Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : **PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN SALES
PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING PAKAIAN
PADA WANITA BEKERJA DI MATAHARI DEPARTMENT
STORE PARAGON CITY MALL SEMARANG**

Semarang, 5 Juli 2017

Menyetujui,


Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN SALES PROMOTION TERHADAP *IMPULSE BUYING* PAKAIAN PADA WANITA BEKERJA DI MATAHARI DEPARTMENT STORE PARAGON CITY MALL SEMARANG**

Disusun oleh :

Nama : Desita Cahyo Arsesa

Nim : 13.30.0199

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program studi : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Penguji pada hari / tanggal : 5 Juli 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Tim Penguji,

Penguji I

Penguji II

Penguji III

(Dr.MY.Dwi Hayu A., MBA.) (A. Haryo Perwito, SE., MA - TRM) (Drs.R.Bowo Harcahyo, MBA)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



(Drs. Sentosa Suciarto A, Ph. D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata,

Nama : Desita Cahyo Arsesa

NIM : 13.30.0199

Dengan ini menyatakan bahwa karya skripsi yang saya buat dengan judul :

“Pengaruh Shopping Lifestyle dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying
Pakaian pada Wanita Bekerja di Matahari Department Store Paragon City Mall
Semarang” adalah hasil karya skripsi yang diselesaikan sendiri, dengan
menggunakan materi pembelajaran kuliah, buku, tinjauan lapangan, dan sumber
lain yang tertera dalam referensi pada karya skripsi saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini
tidak sesuai yang saya nyatakan diatas, maka karya skripsi ini dinyatakan batal.

Semarang, 5 Juli 2017

Yang menyatakan,



Desita Cahyo Arsesa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* pakaian wanita bekerja di Matahari department store Paragon city mall Semarang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden . teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling* dan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS V.19. Hasil dari analisis menunjukkan baha (1) *Shopping Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse buying* pakaian pada wanita (2) *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pakaian pada wanita bekerja

Kata Kunci: *Shopping Lifestyle, Sales Promotion, Impulse Buying.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala karunia, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PAKAIAN PADA WANITA BEKERJA DI MATAHARI DEPARTMENT STORE PARAGON CITY MALL SEMARANG”.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang ditemui oleh peneliti. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, peneliti tidak mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Sentot Suciarto A, MP. Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs.R.Bowo Harcahyo, MBA. selaku dosen yang dengan penuh kesabaran, ketekunan, dan ketelitian membimbing peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dr.MY.Dwi Hayu A.,MBA. dan Bapak A. Haryo Perwito,SE.,MA – TRM selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan nasehat yang berguna dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, khususnya dilingkungan program studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu hingga peneliti dapat menyusun skripsi ini.
5. Kedua orang tua dan seluruh keluarga serta teman-teman lainnya yang tak pernah lupa mendoakan dan memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan : Luki, Nia, Dewi, Yesi, dan Astrianingsih yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Honda Kurnia Sakti Motor terima kasih atas dorongan semangat yang diberikan.
8. Para responden penelitian atas waktu dan bantuannya dalam melancarkan

penelitian skripsi ini.

9. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, untuk kemajuan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTKA.....	 9
2.1. Pemasaran	9
2.2. Perilaku Konsumen	10
2.3. Shopping Lifestyle	14
2.4. <i>Sales Promotion</i>	15
2.4.1 Alat Promosi Penjualan	16
2.5. <i>Impulse Buying</i>	17
2.5.1. Tipe – tipe <i>Impulse Buying</i>	18
2.6. Hubungan antar Variabel	19
2.6.1. Hubungan antara <i>Shopping Lifestyle</i> dan <i>Impulse Buying</i> ...	19
2.6.2. Hubungan antara <i>Sales Promotion</i> dan <i>Impulse Buying</i>	20

2.7. Penelitian Terdahulu	22
2.8. Kerangka Pemikiran	25
2.9. Hipotesis	25
2.10. Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
 BAB III METODE PENELITIAN	 29
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian	29
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	29
3.2.1. Populasi	29
3.2.2. Sampel	29
3.2.3. Teknik Sampling	29
3.3. Metode Pengumpulan Data	31
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	31
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.3. Instrumen Pengumpulan Data	36
3.3.3.1. Uji Validitas	36
3.3.3.2. Uji Reliabilitas	39
3.4. Teknik Analisis Data	40
3.4.1. Uji Asumsi Klasik	40
3.4.1.1. Uji Normalitas	41
3.4.1.2. Uji Multikolinieritas	41
3.4.1.3. Uji Heterokedastisitas	42
3.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.4.3. Pengujian Hipotesis	43
3.4.3.1. Uji t	43
3.4.3.2. Uji f	44
3.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 46
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	46
4.2. Gambaran Umum Responden	47

4.2.1 Usia.....	47
4.2.2 Status Responden	48
4.2.3. Pekerjaan	49
4.2.4. Tingkat Pendapatan	50
4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	51
4.3.1. Analisis Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	53
4.3.2. Analisis Variabel <i>Sales Promotion</i>	55
4.3.3. Analisis Variabel <i>Impulse Buying</i>	57
4.4. Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1. Uji Normalitas	59
4.4.2. Uji Multikolinieritas	61
4.4.3. Uji Heterokedastisitas	62
4.5. Analisis Regresi Berganda.....	63
4.6. Uji Hipotesis.....	64
4.6.1. Uji t.....	65
4.6.2. Uji f.....	67
4.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.8. Implikasi Hasil Penelitian	69
BAB V PENUTUP.....	72
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Penjabaran Kuesioner.....	33
Tabel 3.2 Uji Validitas	37
Tabel 3.3 Uji Reabilitas	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	50
Tabel 4.5 Skor Jawaban Variabel Shopping Lifestyle (X1)	53
Tabel 4.6 Skor Jawaban Variabel Sales Promotion (X2)	55
Tabel 4.7 Skor Jawaban Variabel Impulse Buying (Y)	57
Tabel 4.8 Uji Statistik Normalitas	61
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.10 Uji Regresi.....	64
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis	65
Tabel 4.12 Uji t.....	66
Tabel 4.13 Uji f	67
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	25
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	79
Lampiran 2 Skor Tanggapan Responden Variabel Shopping Lifestyle.....	83
Lampiran 3 Hasil Olah Data Melalui SPSS.....	93
Lampiran 4 Gambaran Umum Responden.....	105

